

10 Einwand-Konter für B2B-Sales-Calls.

Die häufigsten Einwände im DACH-Vertrieb — und wie du sie in 1-2 Sätzen souverän entschärfst, ohne den Prospekt zu verlieren.

Wie du dieses Cheatsheet nutzt.

Einwände sind in 80 % der Fälle keine echten Nein-Signale, sondern Informationsfragen oder verdeckte Sorgen. Wer das versteht, kontert nicht — er **diagnostiziert**.

Jeder der folgenden 10 Einwände ist gleich aufgebaut:

- **Einwand** — wortwörtliches Zitat aus dem Call.

- **Diagnose** — was der Prospekt wirklich meint.

- **Konter-Skript** — eine konkrete Antwort, die du kopieren und in deinen Wortschatz integrieren kannst.

- **Folgefrage** — eine offene Frage, die das Gespräch zurück in die Diagnose-Phase bringt.

Tipp: druck das Sheet aus oder leg es als Zweit-Bildschirm-Tab bereit. Beim 1. Anwenden ungewohnt, ab Call 3-5 sitzt es.

EINWAND 1

„Das ist zu teuer.“

DIAGNOSE

In 90 % der Fälle: der Prospekt hat den ROI nicht im Kopf, nicht das Budget-Limit erreicht. „Zu teuer im Verhältnis zu was?“ ist die richtige Frage.

KONTER-SKRIPT

„Verstehe. Damit ich's richtig einordne — zu teuer im Verhältnis zu eurem aktuellen Setup, oder zu dem was ihr für ein Tool budgetiert hattet?“

FOLGEFRAGE

„Was wäre für euch eine Investitionshöhe wo ihr sagen würdet ‚das macht Sinn‘?“

EINWAND 2

„Wir haben gerade keine Zeit / keinen Bedarf.“

DIAGNOSE

Pain ist nicht groß genug. Der Status quo ist okay, dein Tool ist zusätzlicher Aufwand ohne klaren Vorteil — aus Sicht des Prospekts.

KONTER-SKRIPT

„Macht Sinn. Ehrlich gefragt — wenn wir in 6 Monaten nochmal reden, was wäre dann anders, dass es plötzlich Priorität hätte?“

FOLGEFRAGE

„Was ist gerade eure größte Sales-Baustelle, die mehr Aufmerksamkeit braucht?“

EINWAND 3

„Wir haben schon einen Anbieter / Tool.“

DIAGNOSE

Wertvoll — sie haben das Problem erkannt und bereits investiert. Frage: sind sie zufrieden, oder „hat irgendwas eingerichtet und nutzt nicht voll“?

KONTER-SKRIPT

„Cool — welches Tool nutzt ihr? Und auf einer Skala 1-10, wie zufrieden seid ihr damit aktuell?“

FOLGEFRAGE

„Was würdet ihr an dem Tool ändern wenn ihr 1 Wunsch frei hättet?“

EINWAND 4

„Schick mir Infos per Mail.“

DIAGNOSE

Klassisches Brush-Off. Pain unklar, Interesse niedrig, Prospekt will dich höflich loswerden. Schickst du jetzt, war's das.

KONTER-SKRIPT

„Gern — damit ich dir nichts Generisches schicke: welcher Teil ist für dich konkret relevant, der Sales-Coaching-Bereich oder der Discovery-Call-Bereich?“

FOLGEFRAGE

„Können wir 15 Min in deinen Kalender legen wo ich's dir kurz zeige? Das spart dir die Mail-Leserei.“

EINWAND 5

„Das machen wir selbst / intern.“

DIAGNOSE

Pain ist da, aber „make or buy“-Frage steht im Raum. Häufig ist die interne Lösung halbfertig und kostet mehr als sie zugeben.

KONTER-SKRIPT

„Verstehe. Wie viel Zeit deines Teams pro Woche fließt aktuell in das interne Setup — grob geschätzt?“

FOLGEFRAGE

„Wenn das in 4 Wochen statt 6 Monaten produktiv wäre — was würde sich für euer Q-Ergebnis ändern?“

EINWAND 6

„Müssen wir intern erst abstimmen.“

DIAGNOSE

Buying-Center ist größer als gedacht. Wichtig: jetzt das Stakeholder-Map klären, sonst ställt der Deal wochenlang ohne Antwort.

KONTER-SKRIPT

„Klar — wer ist neben dir noch involviert? Geschäftsführung, IT, Sales-Lead? Macht Sinn dass ich denen auch direkt was zeigen kann.“

FOLGEFRAGE

„Wer entscheidet bei euch finale Sales-Tool-Investitionen?“

EINWAND 7

„Budget ist schon verbraucht / nicht eingeplant.“

DIAGNOSE

Wahr in 50 % der Fälle. Der Rest: Pain noch nicht groß genug, dass jemand Budget freikämpft. Wenn der Pain reicht, wird Budget gefunden.

KONTER-SKRIPT

„Verstehe. Mal hypothetisch — wenn das Tool eure Win-Rate um 15 % heben würde, wäre Budget dann ein Hindernis oder eher eine Frage des nächsten Quartals?“

FOLGEFRAGE

„Wann startet euer nächster Budget-Zyklus, und wer entscheidet da was rein darf?“

EINWAND 8

„Das sieht zu kompliziert aus.“

DIAGNOSE

Du hast zu viel Feature gezeigt oder das Onboarding-Bild war unklar. Bring's auf einen Anwendungsfall runter — nicht aufs Produkt-Spektrum.

KONTER-SKRIPT

„Berechtigte Sorge. Lass mich's anders zeigen — was ist dein Top-1-Problem in Discovery-Calls? Ich blende alles aus außer dem Teil der das löst.“

FOLGEFRAGE

„Was wäre der erste Use-Case wo das Tool für euch sofort einen Unterschied machen müsste?“

EINWAND 9

„Hatten schon schlechte Erfahrungen mit ähnlichen Tools.“

DIAGNOSE

Gold-wert. Sie haben investiert, es lief schief — jetzt sind sie skeptisch aber informiert. Du musst genau verstehen was schiefging, sonst landest du im selben Topf.

KONTER-SKRIPT

„Macht's mir easier wenn ich's vorher weiß. Was war das Tool, und an welcher Stelle ist's konkret gescheitert — Onboarding, Adoption, oder Funktionalität?“

FOLGEFRAGE

„Was hätte das Tool damals anders machen müssen, damit ihr's behalten hättet?“

EINWAND 10

„Wir warten auf das nächste Quartal.“

DIAGNOSE

Klassische Procrastination. „Nächstes Quartal" heißt oft „irgendwann", was wiederum oft „nie" heißt. Mach den Pain jetzt teurer.

KONTER-SKRIPT

„Klar. Eine Frage: was kostet euch das Problem grob bis dahin — in verlorenen Deals oder Team-Zeit? Falls relevant könnten wir die Implementierung jetzt aufgleisen und im neuen Quartal abrechnen.“

FOLGEFRAGE

„Was muss bis Quartal X passiert sein, damit ihr's nicht weiter aufschiebt?“

Live-Coaching für genau diese Momente.

Diese 10 Konter sind nicht zum Auswendiglernen — sie sind Pattern-Beispiele. Im echten Call hast du 2 Sekunden zum Reagieren, und genau da hilft Kataro: live im Gespräch erkennen wir den Einwand, blenden den passenden Konter ein, du sagst ihn natürlich.

Kataro Live-Coach — 1 Stunde gratis pro Woche.

Echtzeit-Hinweise im HUD über deinem Call-Fenster. Kein Bot im Meeting, keine Aufnahme zu Dritten. DSGVO-konform, made in DACH.

meet-kataro.de/signup